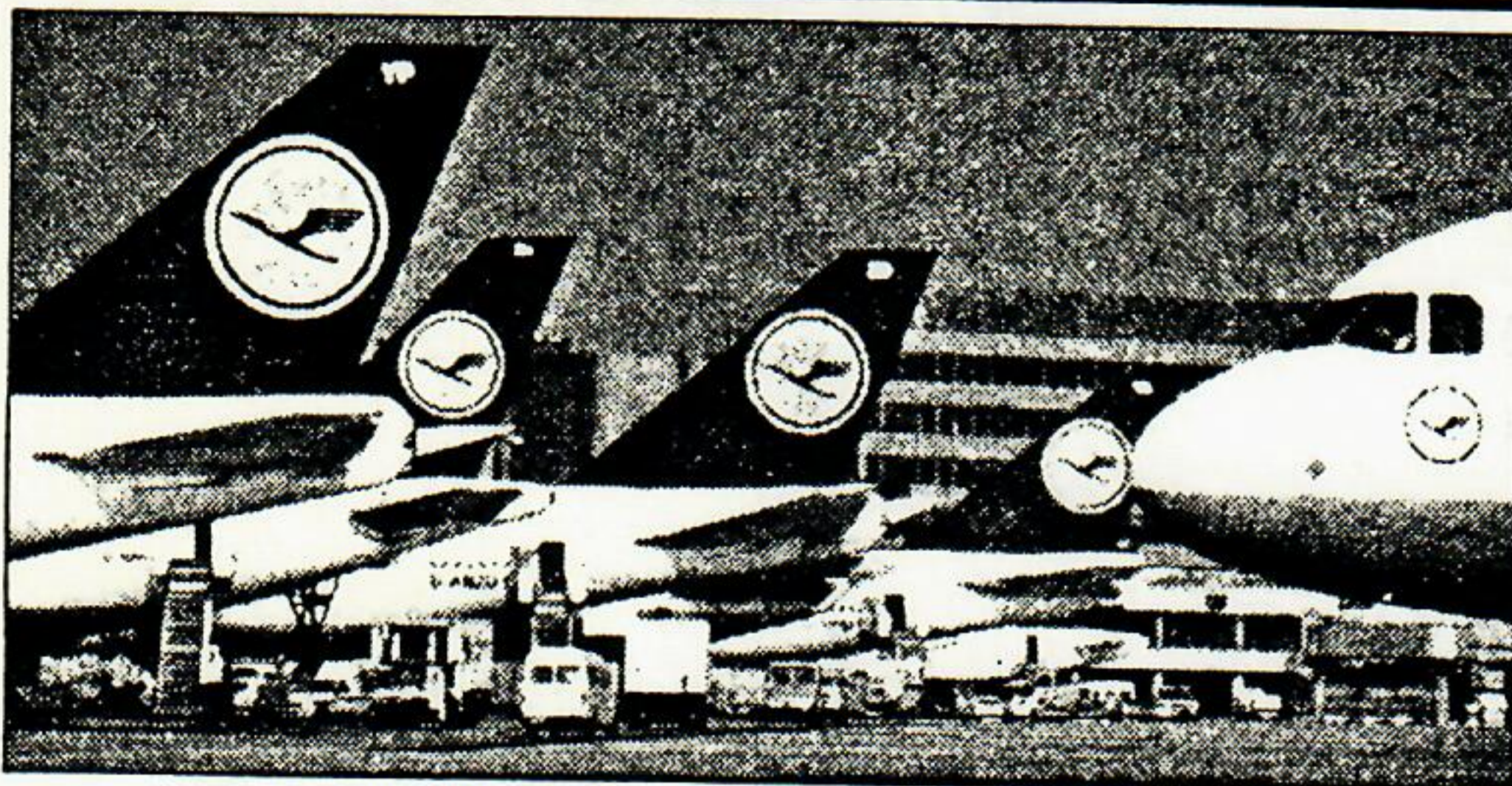


Немецкий журавль в российском небе

Крупнейшая европейская авиакомпания «Люфтганза» связывает свое будущее с освоением восточноевропейского рынка.



Юрген Вебер



«Синий журавль» долетел до России

Подводя итоги работы «Люфтганзы» в 1995 году, председатель правления авиакомпании Юрген Вебер заявил корреспонденту «МН»: «Мы с особой радостью следим за нашим успехом на восточноевропейском и российском рынках авиаперевозок. На развитие новых маршрутов в России – в Нижний Новгород, Самару, Новосибирск, Екатеринбург – мы возлагаем самые большие надежды».

Во многом благодаря активной политике в России и Восточной Европе «Люфтганза» добилась впечатляющих показателей: доходы компании составили 6,3 млрд. марок, увеличившись по сравнению с 1994 годом на 8,9%. Долги компании, оставшиеся в наследство с тех недалеких времен, когда она находилась в государственности, сокращены на 1,6 млрд. марок. Среди наибольших достижений называют установление «всемирной сети партнерства» между «Люфтганзой» и такими авиаперевозчиками, как United Airlines, SAS, Thai.

Г-н Вебер отмечает, что успехи компании достигнуты на фоне попыток «некоторых европейских авиакомпаний» выжить за счет постоянных государственных вливаний. Прежде всего «Люфтганза» раздражена той поддержкой, которую получает находящаяся в тяжелом финансовом состоянии Air France: «Вместо свободной конкуренции мы получаем ситуацию, когда кто-то напряженно работает над улучшением обслуживания пассажиров, а кто-то берет деньги из кармана европейского же налогоплательщика и об улучшении не заботится вовсе».

Однако еще большую озабоченность во Франкфурте вызывает другой европейский конкурент – British Airways. Английская компания развивается не менее динамично, чем ее немецкий соперник, и статистика показывает, что конкуренция между ними продолжает возрастать.

Именно поэтому «Люфтганза» с особым интересом следит за возможностями дальнейшего

проникновения на рынок авиаперевозок в России и СНГ. «Я впервые приехал в Москву в 1975 году, – вспоминает менеджер по маркетингу центрально-европейского и российского отдела «Люфтганзы» Кристиан Бендикс. – Тогда у многих название компании вызывало только одну ассоциацию – с «люфтваффе» времен войны. Сейчас все перевернулось. Достаточно сказать, что в России у нас 3200 постоянных клиентов».

В «Люфтганзе» довольны тем, что, несмотря на традиционно высокие цены, все больше и больше российских бизнесменов, причем не только столичных, пользуются ее услугами. В то же время нет эйфории: «Во-первых, мы исходим из того, что наш первоначальный успех, особенно в российской провинции, не столь ощутим. Во-вторых, мы не исключаем, что сверхрастительность «новых русских» скоро пойдет на убыль».

Тем не менее, несмотря ни на какие изменения политической и экономической конъюнктуры, в «Люфтганзе» не намерены тормозить свою агрессивную политику в России. Наоборот, ожидается, что уже в ближайшее время увеличится частота полетов по недавно проложенным маршрутам. «Мы добьемся успеха, только если будем делать больше того, чего от нас ждут», – говорит Юрген Вебер.

Владимир ОРЛОВ
Франкфурт-на-Майне